



Raver-Mode: Eine Mischung aus vielem, was es schon einmal gab. Favorisiert sind Mini-Rock und T-Shirt. Fotos: I. Studré



Von Nikolas Busse

Strampelhöschen fürs E-Werk

Wie jede Jugendkultur vorher braucht auch Techno eine eigene Mode

Wahrscheinlich, da sind sich die Fachleute einig, hat Techno gar nicht so viel mit Musik zu tun. Schon zwei Generationen vorher war Woodstock für Papi mehr als nur das Gejaule von Jimi Hendrix' alter Gitarre. Und daß er damals war Jesus im Kölner Karneval aussah, war mehr als nur eine Frage des Chic. Nein, Papi wollte seinerzeit vor allem anders sein, wollte Frieden, Freiheit und freie Liebe.

In gewisser Weise ändern sich diese Dinge nie. Sohnemann will heute auch anders sein (als Papi), er spricht von „Peace, Love and Happiness“, und sein Woodstock findet jedes Wochenende in der Techno-Disko statt. Die Musik, die da gespielt wird, klingt in den Ohren von Omi zwar wie das erste Anzeichen der Apokalypse – aber wenn das nicht so wäre, dann wäre Techno auch keine echte Jugendkultur.

Und so wie Papi seinerzeit unmöglich im dunklen Zweiteiler gegen den Vietnamkrieg demonstrieren konnte, so braucht Sohnemann heute die richtigen Klamotten, um in den Klubs nicht unangenehm aufzufallen. Denn Techno erhebt natürlich den Anspruch eines Gesamtkunstwerkes und dazu gehört auch die Mode.

„Jeder will eben individuell aussehen“, sagt Mik Moon. Der Mann weiß, wovon er spricht. In seinem Charlottenburger Geschäft versorgt er mit Partnerin Wera Wonder seit zehn Jahren die Avantgarde mit dem neuesten Outfit. Früher kamen Nina Hagen und die Ärzte in den „Planet“, heute schaut öfter mal Marusha vor-

bei. Trotzdem mag Mik eigentlich nicht so recht sagen, er verkaufe Techno-Klamotten. „Mode, die mit Science-fiction zu tun hat“, gefällt ihm besser.

Aber keine Frage, wer das Wochenende im E-Werk durchtanzen will, der bekommt im „Planet“ das nötige Strampelhöschen. Ein großer Hit auf den Berliner Tanzböden sind die Shirts der hauseigenen Marke „Planetwear“, die einen großen Vorzug haben: Sie kommen in limitierter Auflage heraus (maximal 50 Stück), und eine aufgedruckte Nummer zeigt, das wievielte Exemplar man gerade trägt – Individualität von der Stange sozusagen. Denn eigentlich sehen sie nicht besonders aus: Dunkel-farbige Baumwollshirts mit einem netten Astronauten auf dem Bauch – mehr gibt es nicht für 160 Mark.

Ansonsten ist die Raver-Mode fast eine Mischung aus allem, was es schon einmal gab: Mann trägt am besten eine Armeehose, wie sie die GIs im Vietnam-Krieg hatten. Neu ist die Schwarzfärbung der Hose und daß sie „nicht einen Schnitt wie ein Eimer hat, sondern gut am Arsch sitzt“ (Mik Moon). Dazu noch ein T-Shirt mit aufgedrucktem Union Jack in Herzform oder einer zornigen Mikky Mouse und fertig ist das Styling – denn Techno ist die Bewegung, die das T-Shirt von seinem Unterhemdesein befreit und zum Kleidungsstück erhoben hat. Dafür kostet eines dann auch mal gut 100 Mark. Wer will, trägt dazu noch eine kurze Regenjacke in Pink, denn darin sahen bekanntlich schon die Surfer vor zehn Jahren gut aus.

Für die jungen Damen gibt es auch



Der Aufdruck macht's, möglichst lizenziert.

hübsche Stücke. Schlauchkleider zum Beispiel, die mit Motiven aus der Welt der Formel 1 bedruckt sind: Mit Motorräder auf der Brust etwa und einem Streifen im Muster der Zielflagge um die Hüften. Auch Platteauschuhe feiern ihr Comeback, so als ob Elton John erst gestern den „Crocodile Rock“ gesungen hätte: In rosa, fünf Zentimeter hoch und mit Turnschuh-Design.

Das Problem besteht neuerdings leider darin, daß trotz der Vielfalt alle irgendwie gleich aussehen – schließlich kaufen die Kids in den gleichen Läden die gleichen Marken. Und seit selbst die großen Kaufhausketten auf den Zug aufgesprungen sind, droht Uniformiertheit.

„Tesco“, ein neuer Laden, der am Montag in der Dimitroffstraße eröffnet, will dem Übel abhelfen: „Wir schmelzen ein Label sofort raus, wenn's gut läuft“, sagt Ladenbesitzer Gobo Fait. Generell soll es bei „Tesco“ nur unbekannte Marken aus England geben. Das Geschäft versucht damit zwar gegen die Gesetze der Betriebswirtschaft zu handeln, aber

ob damit der Zug der Zeit aufgehalten werden kann, ist fraglich. Kollegin Suzi Birkle vom Schöneberger „Groopie De Luxe“ ist skeptisch: „Techno ist zu kommerziell geworden, das sieht man schon an der Love-Parade.“ Noch gehen auch bei Suzie die Hosen aus imitiertem Schlangengleder und die knatschblauen Polyacryl-Leibchen gut. Aber sicherheitsshalber organisiert sie schon mal Kunstausstellungen im Verkaufsraum, die schnell sind, aber nicht unbedingt mit Techno zu tun haben.

Mik Moon, der alte Spürhund vom „Planet“, ist auch sicher, daß der Partybeat in absehbarer Zeit nicht mehr Techno heißt. Ein paar Sachen für den day after bereite man bereits vor, läßt der Meister wissen. Aber das wäre natürlich dumm. Einzelheiten jetzt schon preiszugeben. Trotzdem, einen kleinen Tip gibt es vorab: „Anzüge könnten wieder kommen; aber vielleicht mit Neonhemden drunter.“ Bis es soweit ist, hat Mik noch eine neue Idee. Zu Weihnachten eine weiße Bomberjacke – so was ist noch nie dagewesen.



Techno-fein: Schlauchkleider und Hosen, die „gut am Arsch sitzen“.

